

**DAMPAK SOSIAL EKONOMI RELOKASI PASAR SATWA**  
**Kasus Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta (PASTY)**  
**Tahun 2010-2014**

Ayu Setyaningsih

Y.Sri Susilo

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jalan Babarsari No. 43-44, Yogyakarta

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis dampak sosial ekonomi relokasi pasar terhadap pedagang PASTY (Pasar Satwa Dan Tanaman Hias Yogyakarta) serta pendapat pedagang pasar terhadap PASTY setelah pemindahan dari Pasar Ngasem. Lokasi penelitian dilakukan di Jalan Bantul No. 141 Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi di lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) DIY dan UPT. PASTY. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pengujian statistik berupa uji t. Alat analisis yang digunakan adalah pengujian normalitas data dan uji t menggunakan *Wilcoxon Sign Test*.

Terdapat beberapa temuan dari penelitian ini yaitu relokasi Pasar Ngasem membawa dampak positif dan negatif bagi kehidupan sosial pedagang pasar tradisional. Berdasarkan hasil uji t menyatakan bahwa relokasi efektif dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Sedangkan pendapat pedagang tentang relokasi ini terbagi menjadi tiga jenis yaitu senang, tidak senang dan biasa saja.

**Kata kunci :** Pasar, Relokasi, Dampak Sosial Ekonomi, Pedagang Pasar Tradisional.

**I. PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

Secara umum pasar adalah sebuah tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melaksanakan transaksi dimana proses jual beli terbentuk. Pasar menurut kualitas pelayanannya dapat digolongkan menjadi Pasar Tradisional dan Pasar Modern. Menurut sifat pendistribusiannya pasar dapat digolongkan menjadi dua yaitu Pasar Eceran dan Pasar Perkulakan atau Grosir. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Swasta, Koperasi atau Swadaya Masyarakat dengan tempat usaha berbentuk toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh Pedagang Kecil, Menengah dan Koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil serta dengan proses jual beli melalui tawar-menawar (Sukei, 2008).

Saat ini pasar tidak hanya menjadi tempat terjadinya transaksi jual beli tetapi pasar juga mulai dijadikan sarana penggerak perekonomian. Dinamika perekonomian suatu kota ditentukan oleh seberapa jauh efisiensi penggunaan ruang atau pola penggunaan ruang untuk aktivitas perekonomian di kota tersebut. Perkembangan perekonomian kota ini secara spesifik akan ditentukan oleh dinamika sistem perdagangan yang ada di kota itu dan juga di kawasan sekitarnya (Kiik, 2006). Perdagangan merupakan salah satu sektor penyumbang Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang cukup besar di Kota Yogyakarta. Berikut merupakan data PDRB Kota Yogyakarta berdasarkan harga konstan pada tahun 2010 hingga 2012.

**Tabel 1.1**  
**Produk Domestik Regional Bruto menurut Lapangan Usaha**  
**Atas Dasar Harga Konstan di Provinsi D.I. Yogyakarta 2010-2012**

| Sektor                                  | 2010*      | 2011**     | 2012***   |           |
|---|------------|------------|-----------|-----------|
|   |            |            | TW 1      | TW2       |
| Pertanian                               | 3.632.681  | 3.555.797  | 1.271.227 | 801.262   |
| Pertambangan dan penggalian             | 139.967    | 156.711    | 38.797    | 38.802    |
| Industri Pengolahan                     | 2.793.580  | 2.983.167  | 694.581   | 676.194   |
| Listrik, Gas dan Air Bersih             | 193.027    | 201.243    | 53.105    | 53.350    |
| Bangunan                                | 2.040.306  | 2.187.805  | 478.965   | 490.169   |
| Perdagangan, Hotel, Restoran            | 4.383.851  | 4.611.402  | 1.161.296 | 1.195.589 |
| Pengangkutan dan Komunikasi             | 2.250.664  | 2.430.696  | 609.559   | 635.646   |
| Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan | 2.024.368  | 2.185.221  | 572.927   | 597.212   |
| Jasa-jasa                               | 3.585.598  | 3.817.665  | 941.408   | 1.084.945 |
| PDRB                                    | 21.044.042 | 22.129.707 | 5.821.864 | 5.573.167 |

Sumber : BPS Kota Yogyakarta 2013

\* angka sementara

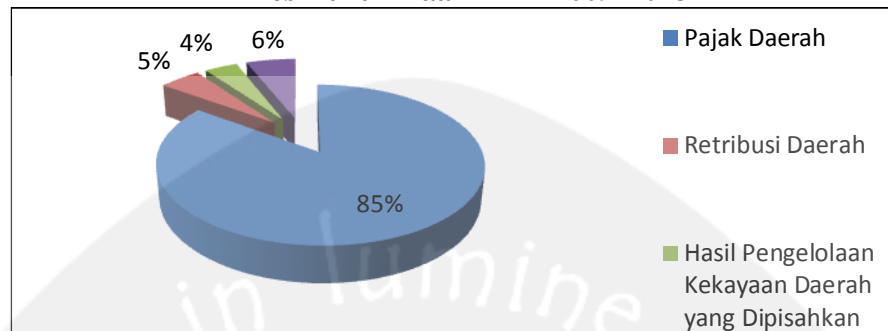
\* angka sangat sementara

\* angka sangat sangat sementara

Berdasarkan data di atas yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta Tahun 2013 dapat dilihat bahwa perekonomian Kota Yogyakarta didominasi oleh sektor perdagangan, hotel dan restoran. Sektor perdagangan, hotel, dan restoran merupakan sektor penyumbang PDRB terbesar bagi Kota Yogyakarta. Pada tahun 2012 triwulan ke dua sektor perdagangan, hotel dan restoran memberikan kontribusi terhadap PDRB sebesar 21%. Dapat dikatakan bahwa perdagangan merupakan penggerak perekonomian di Kota Yogyakarta. Dapat diartikan juga bahwa sektor perdagangan merupakan sektor yang menjadi sumber pencaharian terbesar masyarakat Kota Yogyakarta, hal ini terbukti dari pesatnya pertumbuhan pasar di Kota Yogyakarta baik Pasar Modern maupun Pasar Tradisional sebagai pusat kegiatan perdagangan.

Di samping memberikan kontribusi terhadap PDRB, sektor perdagangan melalui pasar tradisional juga memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui retribusi pasar. Hal ini dapat dilihat dari pos penerimaan PAD pada tahun 2009 hingga 2013 berikut.

**Pos Penerimaan PAD 2009-2013**



Sumber : BAPPEDA DIY 2013 (diolah)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa kontribusi terbesar bagi PAD Kota Yogyakarta diperoleh dari pajak daerah sebesar 85%. Sedangkan tiga pos yang lain berasal dari retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan serta lain-lain PAD yang sah. Kontribusi retribusi daerah bagi PAD Kota Yogyakarta masih tergolong rendah, untuk itu sangat diperlukan pengelolaan dalam berbagai sektor, diantaranya mengoptimalkan fungsi pasar tradisional sehingga dapat meningkatkan kontribusinya terhadap PAD daerah melalui retribusi pasar. Jumlah pasar tradisional di Kota Yogyakarta masih tergolong relatif tinggi, sehingga pendapatan daerah yang diperoleh melalui retribusi daerah masih dapat ditingkatkan.

Dalam rangka mengoptimalkan fungsi pasar, pemerintah Kota Yogyakarta menerapkan kebijakan berupa revitalisasi. Salah satu bentuk kebijakan revitalisasi pasar adalah relokasi yaitu pemindahan lokasi pasar dari satu tempat ke tempat yang lain. Berdasarkan kebijakan Pemerintah Kota Yogyakarta, pada tahun 2010 dilakukan pemindahan lokasi (relokasi) pada salah satu pasar tradisional di Kota Yogyakarta yaitu Pasar Ngasem dalam rangka menata ruang di sekitar Taman Sari. Pasar Ngasem merupakan salah satu *icon* pasar tradisional yang berada di Kota Yogyakarta. Pasar Ngasem terdiri dari dua jenis pasar yaitu pasar burung dan pasar umum. Pemerintah Kraton Yogyakarta yang bekerjasama dengan Pemerintah Kota memiliki rencana untuk mengembalikan fungsi wilayah Tamansari sebagai wilayah konservasi dan pariwisata maka akan dilakukan relokasi pada Pasar Burung di Ngasem ke Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta (PASTY) di Jalan Bantul.

Relokasi ini memiliki tujuan diantaranya agar pasar Ngasem tidak ditinggalkan para konsumen karena penataan lokasi yang kurang optimal serta diharapkan dengan pemindahan lokasi pasar ke tempat yang lebih strategis ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan daya tampung pedagang serta pembeli. Peningkatan daya tampung tersebut diharapkan dapat membantu pedagang Pasar Ngasem agar dapat mengembangkan usahanya dan meningkatkan kesejahteraan pedagang. Pada dasarnya kegiatan relokasi memiliki dampak positif dan negatif baik dilihat dari sisi sosial maupun ekonomi terhadap para pelaku ekonomi di dalamnya. Mengingat adanya berbagai kemungkinan dampak positif dan negatif yang dapat ditimbulkan dari kegiatan relokasi dari Pasar Ngasem ke PASTY maka peneliti akan melakukan analisis dampak sosial ekonomi relokasi ini terhadap pelaku ekonomi di dalamnya yaitu pedagang pasar tradisional.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah yang dalam penelitian ini adalah :

- 1) Bagaimana dampak sosial ekonomi relokasi pasar terhadap pedagang PASTY?
- 2) Bagaimana pendapat pedagang pasar terhadap PASTY setelah pemindahan dari Pasar Ngasem?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis dampak sosial ekonomi relokasi pasar terhadap pedagang PASTY.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pendapat pedagang pasar terhadap PASTY setelah pemindahan dari Pasar Ngasem.

## II. LANDASAN TEORI

### 2.1. Pasar

Secara umum, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dengan pembeli. Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya (Ayuningsasi dan Paramita, 2013).

#### 2.1.1. Pasar Modern dan Tradisional

Berdasarkan Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 menyatakan bahwa Dalam Perpres tersebut juga disebutkan bahwa toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran dengan bentuk *minimarket*, *supermarket*, atau *department store*. Dari sisi kelembagaan, perbedaan karakteristik pengelolaan pasar modern dan pasar tradisional nampak dari lembaga pengelolanya. Pada pasar tradisional, kelembagaan pengelola umumnya ditangani oleh Dinas Pasar yang merupakan bagian dari sistem birokrasi. Sementara pasar modern, umumnya dikelola oleh profesional dengan pendekatan bisnis. Selain itu, sistem pengelolaan pasar tradisional umumnya terdesentralisasi di mana setiap pedagang mengatur sistem bisnisnya masing-masing. Pada pasar modern, sistem pengelolaan lebih terpusat yang memungkinkan pengelola induk dapat mengatur standar pengelolaan bisnisnya (Ayuningsasi, 2013).

Menurut Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2009 tentang pasar menyatakan bahwa pasar tradisional adalah lahan dengan batas-batas tertentu yang ditetapkan oleh Walikota dengan atau tanpa bangunan yang dipergunakan untuk tempat berjual beli barang dan atau jasa yang meliputi kios, los dan lapak. Berikut merupakan pengertian dari beberapa macam tempat berjual beli yang berada di pasar.

- 1) Kios adalah lahan dasaran berbentuk bangunan tetap, beratap dan dipisahkan dengan dinding pemisah mulai dari lantai sampai dengan langit-langit serta dilengkapi dengan pintu.
- 2) Los adalah lahan dasaran berbentuk bangunan tetap, beratap tanpa dinding yang penggunaannya terbagi dalam petak-petak.
- 3) Lapak adalah tempat dasaran yang ditempatkan di luar kios dan luar los.

### 2.2 Pendapatan

Menurut Gilarso pendapatan atau penghasilan adalah sebagai balas karya. Pendapatan sebagai balas karya terbagi dalam enam kategori, yaitu :

- 1) Upah atau gaji adalah balas jasa untuk pekerjaan yang dilaksanakan dalam hubungan kerja dengan orang atau instansi lain (sebagai karyawan yang dibayar).
- 2) Laba usaha sendiri adalah balas karya untuk pekerjaan yang dilakukan sebagai pengusaha, yaitu mengorganisir produksi, mengambil keputusan tentang kombinasi faktor produksi serta menanggung risikonya sendiri entah sebagai petani, buruh, maupun pedagang dan sebagainya.

- 3) Laba Perusahaan (Perseroan) adalah laba yang diterima atau diperoleh perusahaan yang berbentuk atau badan hukum.
- 4) Sewa adalah jasa yang diterima oleh pemilik atas penggunaan hartanya seperti tanah, rumah atau barang-barang tahan lama.
- 5) Penghasilan campuran ( *Mixed Income* ) adalah penghasilan yang diperoleh dari usaha seperti : petani, tukang, warungan, pengusaha kecil, dan sebagainya disebut bukan laba, melainkan terdiri dari berbagai kombinasi unsur-unsur pendapatan :
  - a) Sebagian merupakan upah untuk tenaga kerja sendiri.
  - b) Sebagian berupa sewa untuk tanah/ alat produksi yang dimiliki sendiri.
  - c) Sebagian merupakan bunga atas modalnya sendiri.
  - d) Sisanya berupa laba untuk usaha sendiri.
- 6) Bunga adalah balas jasa untuk pemakaian faktor produksi uang. Besarnya balas jasa ini biasanya dihitung sebagai persen ( % ) dari modal dan disebut tingkat atau dasar bunga (*rate off*) (Gilarso, 1998: 380).

### 2.3 Teori Lokasi

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pertokoan, pabrik, pertanian, pertambangan, sekolah dan tempat ibadah tidaklah asal saja atau acak berada di lokasi tersebut, melainkan menunjukkan pola dan susunan yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti (Tarigan, 2005:122).

Relokasi yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta terhadap Pasar Ngasem ke Pasar PASTY juga didasarkan pada pertimbangan Teori Lokasi, dimana menurut Weber dalam pemilihan suatu lokasi didasarkan pada tiga faktor yaitu transportasi, upah tenaga kerja, dan kekuatan aglomerasi atau deglomerasi. Weber menyatakan bahwa tempat dimana total biaya transportasi dan tenaga kerja yang minimum adalah identik dengan tingkat keuntungan yang maksimum. Menurut Isard dalam Tarigan (2005), masalah lokasi merupakan penyeimbang antara biaya dengan pendapatan yang dihadapkan pada suatu situasi ketidakpastian yang berbeda-beda. Keuntungan relatif dari lokasi dapat sangat dipengaruhi pada tiap waktu oleh faktor dasar :

- a) Biaya input atau bahan baku
- b) Biaya transportasi
- c) Keuntungan aglomerasi

### 2.4 Relokasi

Relokasi merupakan pemindahan suatu tempat ke tempat yang baru. Relokasi adalah salah satu wujud dari kebijakan pemerintah daerah yang termasuk dalam kegiatan revitalisasi. Revitalisasi dalam Kamus Bahasa Besar Indonesia (KBBI) berarti proses, cara, dan perbuatan menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya kurang terberdaya. Salah satu cara merevitalisasi atau membangun pasar tradisional yang baru adalah menciptakan pasar tradisional dengan berbagai fungsi, seperti tempat bersantai dan rekreasi bersama dengan keluarga.

### 2.5 Dampak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dampak merupakan benturan, pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif). Dampak juga dapat diartikan sebagai benturan yang cukup hebat antara dua benda sehingga menyebabkan perubahan yang berarti dalam momentum sistem yang mengalami benturan itu. Dilihat dari sisi ekonomi, dampak berarti bahwa pengaruh suatu penyelenggaraan kegiatan terhadap perekonomian (KBBI Online, 2014).

### 2.5.1 Dampak Sosial Ekonomi

Pengertian sosial ekonomi jarang dibahas secara bersamaan. Pengertian sosial dan pengertian ekonomi sering dibahas secara terpisah. Pengertian sosial dalam ilmu sosial merujuk pada objek yakni masyarakat sedangkan pada deperteman sosial merujuk pada kegiatan yang ditunjukkan untuk mengatasi persosalan yang di hadapi oleh masyarakat dalam bidang kesejahteraan yang ruang lingkup pekerjaan terkait dengan kesejahteraan sosial. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kata sosial berarti segala sesuatu yang berkaitan dengan masyarakat. Sedangkan secara garis besar ekonomi dapat diartikan sebagai peraturan rumah tangga atau menejemen rumah tangga. Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa sosial ekonomi merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan yang ada di masyarakat atau yang lebih umumnya terkait dengan kesejahteraan masyarakat (Zunaidi, 2013).

Dampak sosial ekonomi dapat dilihat dari sisi positif dan negatif sehingga dapat lebih berimbang dalam memberikan penilaian. Beberapa hal yang bersifat positif yaitu meningkatnya kelayakan dan kenyamanan usaha, terbukanya kesempatan kerja, perubahan status menjadi pedagang legal. Dampak negatif yaitu menurunnya pendapatan, meningkatnya biaya operasional, melemahnya jaringan sosial, dan menurunnya kesempatan pedagang untuk ikut dalam kelompok-kelompok sosial non formal (Sinaga, 2004: 134).

Teori Weber mengemukakan bahwa tindakan ekonomi dapat dipandang sebagai tindakan sosial selama tindakan tersebut memperhatikan tingkah laku orang lain. Sebab secara umum, di kalangan pedagang pasar tradisional terdapat interaksi sosial, hubungan sosial dan jaringan yang dibangun untuk menopang usaha mereka (Heriyanto, 2012). Dalam rangka menguatkan teori tersebut serta membedakan dari penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini dampak sosial ekonomi relokasi pedagang pasar tradisional Pasar Ngasem meliputi beberapa hal yaitu hubungan sosial antar pedagang, kelayakan dan kenyamanan usaha serta pendapatan pedagang pasar yang saat ini telah direlokasi di PASTY.

### 2.6 Hipotesis

$H_0 : d \geq 0 \rightarrow X_1 \geq X_2 \rightarrow$  Relokasi tidak efektif

$H_a : d < 0 \rightarrow X_1 < X_2 \rightarrow$  Relokasi efektif

## III. METODE PENELITIAN

### 3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada salah satu pasar tradisional di Kota Yogyakarta, yaitu di PASTY yang berada di Jalan Bantul No. 141 Yogyakarta.

### 3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Dimana data primer meliputi tingkat pendidikan pedagang, lama usaha, jenis barang dagangan, dan pendapatan atau omset penjualan rata-rata per minggu serta dampak sosial ekonomi dan permasalahan yang dialami responden setelah diadakannya relokasi. Data ini diperoleh dengan menggunakan metode wawancara mendalam (*indept interview*) terhadap responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari beberapa instansi terkait seperti UPT. PASTY dan Badan Pusat Statistik. Data-data sekunder tersebut meliputi jumlah pedagang dan profil pasar tradisional PASTY. Data sekunder yang lain adalah Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Konstan di Provinsi D.I. Yogyakarta 2010-2012, Pos Penerimaan PAD 2009-2013 serta struktur organisasi PASTY.

### 7.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi proses wawancara dan pengamatan (*observasi*) nonpartisipasi.

#### 7.4. Teknik Pengolahan Data

Tahap pengolahan data dalam penelitian ini meliputi proses editing yaitu proses penelitian kembali terhadap catatan-catatan ketika mencari data serta proses penyajian data yaitu penampilan data yang sudah diolah dalam bentuk tertentu yang dapat berupa tabel data, grafik atau bentuk lainnya. Data yang disajikan dalam penelitian ini berupa tabel data dan gambar.

#### 7.5 Teknik Pengambilan Sampel

Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode convenience sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden dijadikan sampel (Suliyanto, 2006 : 124)

#### 7.6 Alat Analisis

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pengujian statistik uji t. Langkah awal dalam analisis statistik ini adalah dengan melakukan pengujian normalitas data. Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria dari *Kolmogorov Smirnov* adalah :

- 1) Jika signifikansi  $< \alpha$  maka terdapat perbedaan signifikansi, artinya sampel data tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi  $> \alpha$  maka tidak terdapat perbedaan signifikansi, artinya sampel data berdistribusi normal.

Uji normalitas juga berkaitan dengan jenis pengujian yang akan dilakukan selanjutnya yang berguna untuk mengetahui apakah relokasi efektif dapat meningkatkan pendapatan pedagang pasar tradisional yaitu Uji Hipotesis Dua Mean. Jika data berdistribusi normal maka metode yang digunakan adalah *Paired Sample t Test*, sedangkan jika data berdistribusi tidak normal maka metode yang digunakan adalah *Wilcoxon Sign Test*. Uji statistik untuk distribusi t dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut (Cooper, 2006):

$$t = \frac{\bar{D}}{S_D \sqrt{n}}$$

dimana :

*Degrees of freedom* :  $n-1$

$\bar{D}$  : rata-rata dari perbedaan antara kedua sampel yang berpasangan

$S_D$  : standar deviasi dari perbedaan antara dua sampel yang berpasangan

$n$  : jumlah dua sampel yang berpasangan

Perbedaan rata-rata ( $\bar{D}$ ) dapat diperoleh dengan rumus di bawah ini:

$$\bar{D} = \frac{\sum D}{n}$$

Standar deviasi dari perbedaan tersebut diperoleh dengan rumus di bawah ini :

$$S_D = \sqrt{\frac{\sum D^2 - \frac{(\sum D)^2}{n}}{n - 1}}$$

Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

- 1) Menentukan Hipotesis

$d=0 \rightarrow X_1 = X_2$  : Relokasi tidak efektif

$d \neq 0 \rightarrow d < 0 \rightarrow X_1 < X_2$  : relokasi efektif

$d > 0 \rightarrow X_1 > X_2$  : relokasi tidak efektif

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan Hipotesis Nol ( $H_0$ ) dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) sebagai berikut :

$H_0 : d \geq 0 \rightarrow X_1 \geq X_2 \rightarrow$  Relokasi tidak efektif

- $H_a : d < 0 \rightarrow X1 < X2 \rightarrow$  Relokasi efektif
- 2) Derajat kepercayaan (*Level of significance*)  $\alpha = 0,05$  (5%)
  - 3) Uji Statistik  
Uji statistik dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS.
  - 4) Keputusan  
Penelitian ini menggunakan uji satu arah (1-tailed), dengan kriteria sebagai berikut:
    - a) Jika nilai probabilitas ( $\text{sig}$ )  $\geq 0,05$  ( $\alpha/\alpha$ ) maka  $H_0$  diterima
    - b) Jika nilai probabilitas ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$  ( $\alpha/\alpha$ ) maka  $H_0$  ditolak
  - 5) Kesimpulan  
 $H_0$  diterima atau ditolak

#### IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. Profil Responden

###### a) Jenis Kelamin

Dari 58 pedagang pasar tradisional yang berjenis kelamin laki-laki terdapat 38 pedagang dengan persentase sebesar 66%. Pedagang dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 20 pedagang dengan persentase sebesar 34%.

**Tabel 4.1**  
**Pedagang Pasar Tradisional PASTY Menurut Jenis Kelamin**

| No           | Jenis Kelamin | Frekuensi | %          |
|--------------|---------------|-----------|------------|
| 1            | Laki-laki     | 38        | 66         |
| 2            | Perempuan     | 20        | 34         |
| <b>Total</b> |               | <b>58</b> | <b>100</b> |

*Sumber : data primer (diolah)*

###### b) Barang Dagangan

Pedagang tanaman hias memiliki frekuensi terbanyak yaitu sebanyak 12 pedagang dengan persentase 21%. Untuk jenis barang dagangan satwa dan sangkar burung memiliki frekuensi dan persentase yang sama yaitu masing-masing sebesar 4 pedagang dengan persentase masing-masing sebesar 7%. Kemudian untuk pedagang yang menjual jenis barang dagangan pakan burung sebanyak 10 pedagang dengan frekuensi 17%. Pedagang burung ocean sebanyak 9 pedagang dengan frekuensi 16%. Sedangkan untuk pedagang yang menjual ikan hias sebanyak 11 pedagang dengan frekuensi sebesar 19%. Pedagang unggas hias dan merpati sebanyak 8 pedagang dengan persentase sebesar 14%.

**Tabel 4.2**  
**Pedagang Pasar Tradisional PAST**  
**Menurut Jenis Barang Dagangan**

| No           | Jenis Barang Dagangan   | Frekuensi | %          |
|--------------|-------------------------|-----------|------------|
| 1.           | Tanaman Hias            | 12        | 21         |
| 2.           | Satwa                   | 4         | 7          |
| 3.           | Sangkar Burung          | 4         | 7          |
| 4.           | Pakan Burung            | 10        | 17         |
| 5.           | Unggas Hias dan Merpati | 8         | 14         |
| 6.           | Burung Ocean            | 9         | 16         |
| 7.           | Ikan Hias               | 11        | 19         |
| <b>Total</b> |                         | <b>58</b> | <b>100</b> |

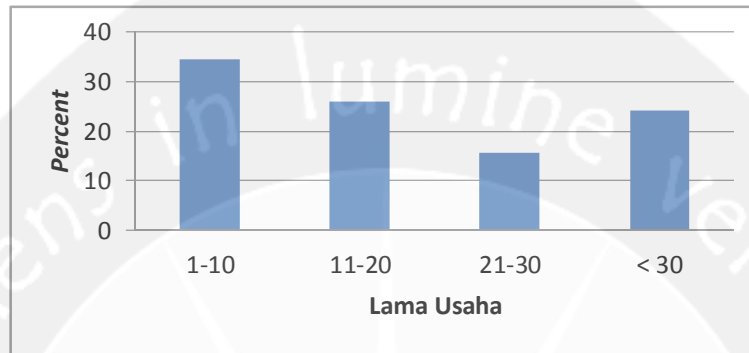
*Sumber : data primer (diolah)*



c) Lama Usaha

Dari 58 pedagang pasar tradisional yang lama usahanya antara 1 – 10 tahun sebanyak 20 pedagang dengan persentase sebesar 34%. Lama usaha antara 11 – 20 tahun sebanyak 15 pedagang dengan persentase sebesar 26%, kemudian untuk lama usaha antara 21- 30 tahun sebanyak 9 pedagang dengan persentase sebesar 16%. Pedagang pasar tradisional yang lama usahanya lebih dari 30 tahun sebanyak 14 pedagang dengan persentase sebesar 24%.

**Gambar 4.2**  
**Pedagang Pasar Tradisional PASTY Menurut**  
**Lama Usaha**

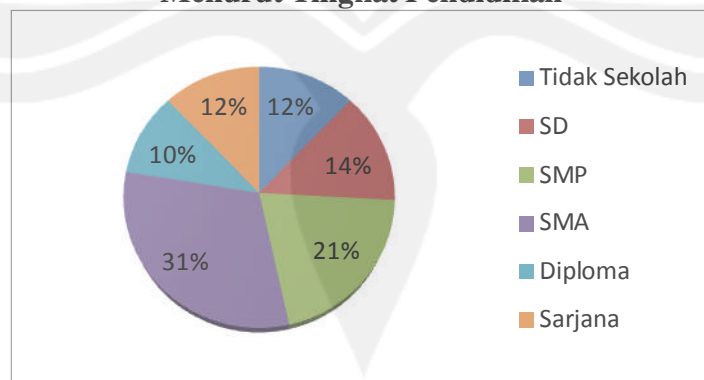


Sumber: data primer(diolah)

d) Tingkat Pendidikan

Dari 58 pedagang pasar tradisional yang memiliki latar belakang pendidikan Sarjana sebanyak 7 pedagang dengan persentase sebesar 12%. Pedagang dengan latar belakang pendidikan Diploma sebanyak 6 pedagang dengan persentase 10%. Pedagang dengan pendidikan SMA memiliki jumlah yang paling banyak yaitu 18 pedagang dengan persentase 31%. Sedangkan untuk latar belakang pendidikan SMP sebanyak 12 pedagang dengan persentase 21% dan untuk pedagang yang memiliki latar belakang pendidikan SD terdapat 8 pedagang dengan persentase sebesar 14%. Sedangkan untuk pedagang yang tidak sekolah terdapat sebanyak 7 pedagang dengan persentase sebesar 12%.

**Gambar 4.3**  
**Pedagang Pasar Tradisional PASTY**  
**Menurut Tingkat Pendidikan**



Sumber : data primer (diolah)

## 4.2. Dampak Sosial Relokasi

a) Dampak Positif

Relokasi pedagang pasar tradisional dari Pasar Ngasem membawa dampak sosial yang positif bagi kehidupan sosial pedagang di lokasi baru. Dari kegiatan relokasi ini para

pedagang pasar tradisional merasakan cukup banyak kemajuan. Kemajuan tersebut berwujud kenyamanan pada lokasi berjualan. Lokasi yang digunakan oleh para pedagang sangat berbeda jika dibandingkan dengan Pasar Ngasem yang terlihat terlalu padat oleh penjual dan kurang tertata dengan baik. Lokasi berjualan yang ditempati oleh pedagang di PASTY dirasakan lebih tertata dengan rapi baik dalam penataan los maupun kios serta lebih bersih. Kenyamanan para pedagang ketika berjualan juga didukung oleh berbagai fasilitas yang disediakan oleh UPT. PASTY. Lokasi yang lebih teduh dengan adanya beberapa pohon di sekitar los dan kios membuat lingkungan tersebut menjadi semakin menarik bagi pengunjung untuk datang untuk berbelanja.

Dampak positif lainnya yang dirasakan oleh pedagang adalah meningkatnya kenyamanan ketika melakukan aktivitas berdagang tanpa gangguan dari preman maupun pihak-pihak yang merugikan pedagang lainnya. Hal ini bertolak belakang dengan kondisi yang dirasakan beberapa pedagang ketika berada di Pasar Ngasem. Pada dasarnya seluruh responden yang diwawancarai mengakui bahwa kondisi di Pasar PASTY lebih baik dibandingkan dengan lokasi sebelumnya. Pedagang di Pasar PASTY tergabung dalam sebuah paguyuban yang bernama paguyuban PASTY dimana Kepala UPT. PASTY memiliki posisi sebagai pelindung. Interaksi antar pedagang yang cukup baik dapat dilihat dari berbagai kegiatan yang diadakan dalam paguyuban tersebut, antara lain arisan dan kegiatan ronda yang telah dijadwalkan. Berbagai kegiatan ini memiliki tujuan untuk mempererat hubungan antar pedagang serta dalam rangka meningkatkan keamanan Pasar PASTY khususnya bangunan yang berada di sisi Timur dimana sebagian besar pedagang berada di lokasi tersebut.

#### b) Dampak Negatif

Adanya kegiatan relokasi dari Pasar Ngasem ke PASTY ini tidak hanya membawa dampak positif bagi pedagang tetapi juga membawa dampak negatif bagi beberapa pedagang. Dampak negatif yang dirasakan oleh pedagang diantaranya kurangnya tingkat keamanan di daerah pasar, hal ini dibuktikan dengan adanya kasus pencurian yang dialami oleh dua pedagang dimana kerugiannya mencapai jutaan rupiah. Di samping kondisi keamanan yang sangat kurang, pedagang PASTY juga seringkali mengalami konflik dengan para pedagang musiman di sekitar PASTY. Hal ini membawa dampak buruk bagi para pedagang PASTY terutama dapat menurunkan omset para pedagang. Selain adanya pedagang musiman yang menjadi pesaing bagi para pedagang, seringkali juga terjadi persaingan harga diantara pedagang di PASTY sendiri, karena tidak adanya kesepakatan harga jual minimal diantara para pedagang.

### **4.3. Dampak Ekonomi Relokasi**

Dampak ekonomi dari relokasi Pasar PASTY dilihat dari sisi pendapatan yang diperoleh pedagang sebelum dan sesudah adanya relokasi. Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dampak relokasi terhadap pendapatan (rata-rata omset penjualan per minggu) pedagang pasar tradisional yang mengalami kenaikan pendapatan adalah 41 pedagang dengan persentase sebesar 71%, sedangkan pedagang yang mengalami penurunan pendapatan setelah direlokasi adalah 17 pedagang dengan persentase sebesar 29%.

**Tabel 4.3**  
**Dampak Relokasi Pasar Terhadap Rata-Rata Omset Penjualan Per Minggu Pedagang Pasar Tradisional**

| <b>Dampak</b>       | <b>Frekuensi</b> | <b>%</b>   |
|---------------------|------------------|------------|
| Naik                | 41               | 71         |
| Tetap/tidak berubah | 17               | 29         |
| Turun               | 0                | 0          |
| <b>Total</b>        | <b>58</b>        | <b>100</b> |

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat dianalisis mengenai dampak sebelum dan sesudah relokasi pasar terhadap rata-rata omset penjualan per minggu pedagang pasar tradisional dapat dinyatakan bahwa untuk pedagang yang memperoleh omset antara Rp 400.000 – Rp 1.600.000 sebelum relokasi sebanyak 15 pedagang dengan persentase 26%, sedangkan sesudah adanya relokasi mengalami penurunan menjadi 10 pedagang dengan persentase sebesar 17%. Tetapi untuk omset antara Rp 1.600.001 – Rp 2.800.000 sebelum adanya relokasi sebanyak 30 pedagang (52%) dan sesudah relokasi menurun menjadi 23 pedagang (40%). Untuk omset antara Rp 2.800.001 – Rp 4.000.000 sebelum relokasi sebanyak 11 pedagang (19%) dan mengalami penurunan setelah relokasi menjadi 9 pedagang (16%). Sedangkan untuk omset antara Rp 4.000.001 – Rp 5.200.000 sebelum relokasi terdapat 2 pedagang (3%) dan mengalami peningkatan ketika setelah adanya relokasi menjadi 9 pedagang (16%). Untuk pedagang yang memiliki omset lebih besar dari Rp 5.200.000 setelah adanya relokasi terdapat 7 pedagang dengan persentase 12%.

**Tabel 4.4**  
**Dampak Sebelum dan Sesudah Relokasi Pasar Terhadap Rata-rata Omset Penjualan Per Minggu Pedagang Pasar Tradisional**

| <b>Omset Penjualan rata-rata per minggu (Rp)</b> | <b>Sebelum</b>   |            | <b>Sesudah</b>   |            |
|--|------------------|------------|------------------|------------|
|  | <b>Frekuensi</b> | <b>%</b>   | <b>Frekuensi</b> | <b>%</b>   |
| 400.000 – 1.600.000                              | 15               | 26         | 10               | 17         |
| 1.600.001 – 2.800.000                            | 30               | 52         | 23               | 40         |
| 2.800.001 – 4.000.000                            | 11               | 19         | 9                | 16         |
| 4.000.001 – 5.200.000                            | 2                | 3          | 9                | 16         |
| > 5.200.000                                      | 0                | 0          | 7                | 12         |
| <b>Total</b>                                     | <b>58</b>        | <b>100</b> | <b>58</b>        | <b>100</b> |

#### 4.4 Analisis Statistik

##### a) Uji Normalitas

**Tabel 4.5**  
**Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|               | <b>sebelum relokasi</b> | <b>sesudah relokasi</b> |
|---------------|-------------------------|-------------------------|
| N             | 58                      | 58                      |
| Sig.(2tailed) | ,001 <sup>c</sup>       | ,007 <sup>c</sup>       |

Dari hasil pengujian *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*2-tailed*) pada saat sebelum relokasi sebesar 0,001 dan pada saat sesudah

relokasi sebesar 0,007. Berdasarkan kriteria pengujian normalitas bahwa jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ) maka data berdistribusi tidak normal. Oleh karena kedua hasil pengujian normalitas baik sebelum maupun sesudah relokasi lebih kecil dari tingkat alpha ( $\alpha$ ) yaitu 0,05, sehingga dapat dikatakan data tersebut tidak berdistribusi normal, maka alat statistik yang digunakan untuk melakukan pengujian t test adalah statistik non-parametrik. Alat statistik non-parametrik dalam Uji Hipotesis Dua Mean ini menggunakan metode *Wilcoxon Sign Test*.

b) Uji Beda Dua Mean

**Tabel 4.7**  
**Hasil Test Statistics**

|                        | sesudah relokasi - sebelum relokasi |
|------------------------|-------------------------------------|
| Z                      | -3,852                              |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,000                                |

1) Hipotesis

$H_0$  : Relokasi tidak efektif meningkatkan pendapatan (omset penjualan per minggu) pedagang pasar tradisional.

$H_a$  : Relokasi efektif meningkatkan pendapatan (omset penjualan per minggu) pedagang pasar tradisional.

2) Tingkat kepercayaan (*Level of Significan*)

Pada pengujian hipotesis ini tingkat kepercayaan yang digunakan adalah sebesar 5%. ( $\alpha = 0,05$ ).

3) Kriteria Pengujian

Jika nilai probabilitas ( $\text{sig}$ )  $\geq 0,05$  ( $\alpha/\alpha$ ) maka  $H_0$  diterima

Jika nilai probabilitas ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$  ( $\alpha/\alpha$ ) maka  $H_0$  ditolak

4) Uji Statistik

Karena dalam penelitian ini menggunakan pengujian 1 arah (*1-tailed*) maka nilai signifikansi yang digunakan adalah nilai signifikansi (*2-tailed*) di bagi 2, sehingga :

Sig. (*2-tailed*) = 0,000

Sig. (*1-tailed*) = 0

5) Keputusan

Karena nilai signifikansi 1 arah (*1-tailed*)  $0 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

6) Kesimpulan

Relokasi efektif dapat meningkatkan pendapatan pedagang pasar tradisional PASTY.

#### 4.5 Pendapat Pedagang PASTY Setelah Direlokasi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 58 pedagang pasar tradisional terdapat 44 pedagang dengan persentase sebesar 76% menyatakan senang setelah berada di PASTY. Sedangkan sebanyak 6 pedagang dengan persentase sebesar 14% menyatakan tidak senang dipindahkan ke PASTY dan sisanya sebanyak 6 pedagang dengan persentase sebesar 10% menyatakan biasa saja dengan adanya relokasi ini. Latar belakang yang mendasari pedagang merasa senang setelah dipindahkan ke PASTY karena tempat yang lebih nyaman, luas dan tertata dengan rapi serta kondisi lingkungan pasar yang strategis dan tidak jauh dari pusat kota. Para pedagang ini mengakui bahwa peningkatan pendapatan pedagang disebabkan karena strategi yang diterapkan oleh pedagang tersebut.

Di samping melakukan promosi melalui media yang tersedia para pedagang tersebut juga melakukan diferensiasi pada komoditas barang yang diperjualbelikan, sehingga mereka tidak hanya menjual satu atau dua jenis barang dagangan saja.

Sedangkan pedagang yang merasa tidak senang setelah direlokasi dilatar belakangi oleh faktor penurunan pendapatan, lokasi pasar dengan tempat tinggal yang cukup jauh, bertambahnya pesaing yang menjual komoditas yang sama, berkurangnya pelanggan. Di samping itu para pedagang juga menyatakan bahwa jumlah pengunjung cukup ramai hanya ketika hari libur saja, hal ini sangat berbanding terbalik dengan kondisi sebelumnya di Pasar Ngasem dimana setiap hari jumlah kunjungan relatif ramai. Para pedagang yang menyatakan tidak senang dengan adanya relokasi ini juga mengatakan bahwa semakin banyak pesaing. Bertambahnya pesaing ini bukan karena adanya pedagang lain diluar pedagang yang berada di Pasar Ngasem tetapi karena satu orang pedagang dapat memiliki lebih dari satu kios maupun los.

Para pedagang pasar tradisional baik yang berada di zona satwa maupun tanaman hias memiliki strategi masing-masing untuk dapat meningkatkan pendapatan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh salah satu pedagang di zona satwa diketahui bahwa para pedagang tidak hanya menjual satu jenis barang saja bahkan para pedagang juga menawarkan jasa seperti memperbaiki atau membuat kandang sesuai dengan keinginan pembeli. Tidak dipungkiri oleh para pedagang bahwa usaha ini dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan. Sedangkan pedagang yang berada di zona tanaman hias mengakui menerapkan strategi berupa pembudidayaan tanaman sendiri untuk dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar. Disamping itu para pedagang tanaman juga menyediakan produk pendukung dari tanaman yang berupa pupuk dan pot.

#### **4.6 Diskusi Hasil/Pembahasan**

Berdasarkan hasil wawancara juga menyatakan bahwa 71% mengalami peningkatan pendapatan setelah direlokasi ke PASTY. Adanya kegiatan relokasi yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah ini dapat membantu pengembangan usaha pedagang dalam rangka meningkatkan pendapatan, hal ini juga dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis *dau mean* menggunakan metode *Wilcoxon Sign Test* yang menunjukkan bahwa relokasi efektif dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian Heriyanto (2013) yang berjudul “Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa relokasi berdampak positif karena dapat meningkatkan kemungkinan dan ketepatan waktu usaha dan dapat meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima. Penelitian ini memperoleh hasil yang relatif sama, dimana kegiatan relokasi dapat membawa dampak positif bagi pelaku ekonomi di dalamnya dalam bentuk peningkatan pendapatan.

### **V. PENUTUP**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah relokasi Pasar Ngasem ke PASTY memiliki dampak positif yang lebih besar terhadap kondisi ekonomi pedagang. Hal ini dapat dilihat berdasarkan output pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa pengaruh positif dari relokasi dialami oleh 41 pedagang (71%) dari jumlah total sampel 58 pedagang sedangkan yang mengalami pengaruh negatif hanya sebanyak 17 pedagang (29%). Dapat dikatakan relokasi efektif meningkatkan pendapatan pedagang. Hasil wawancara dan observasi terhadap pedagang PASTY menunjukkan dampak sosial yang dialami pedagang tergolong menjadi dua yaitu dampak positif dan negatif. Dampak positif tersebut berupa peningkatan kenyamanan yang dialami pedagang ketika melakukan aktivitas di PASTY sedangkan dampak sosial yang bersifat negatif dari relokasi ini adalah terjadinya persaingan bahkan

konflik antar pedagang serta kurangnya tingkat keamanan. Hasil survei menunjukkan bahwa pendapat pedagang pasar tradisional terhadap relokasi ke PASTY sangat bervariasi. Beberapa pedagang menyatakan senang, tidak senang bahkan biasa saja setelah direlokasi ke PASTY. Para pedagang memiliki strategi masing-masing yang diterapkan sebagai bentuk usaha untuk meningkatkan pendapatan.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan diantaranya tidak tersedianya beberapa data sehingga sulit untuk melakukan perbandingan dalam pembahasan. Metode penelitian yang digunakan tidak dapat mengambil sampel dengan proporsi yang seimbang. Waktu penelitian singkat sehingga jumlah sampel terbatas. Oleh karena keterbatasan dan kesimpulan yang diperoleh peneliti maka peneliti memberikan beberapa saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini yaitu bagi pihak pengelola pasar melalui Unit Pelaksana Teknis PASTY diharapkan dapat meningkatkan tingkat keamanan PASTY. Untuk menanggulangi permasalahan lain yang berupa konflik antar pedagang, UPT. PASTY dapat menetapkan peraturan dalam rangka mengurangi jumlah pedagang musiman sehingga tidak merugikan pedagang pasar tradisional PASTY. Bagi pemerintah daerah atau kota dapat meningkatkan promosi dalam bentuk iklan untuk memperkenalkan PASTY melalui media komunikasi lokal, disamping itu pemerintah juga dapat menjalin kerjasama dengan Dinas Pariwisata dalam rangka menjadikan PASTY sebagai tujuan wisata baik bagi wisatawan domestik maupun luar negeri. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti topik yang serupa diharapkan menggunakan metode pengambilan sampel *Stratified Random Sampling* serta menambah jumlah sampel sehingga jumlah sampel yang digunakan memiliki proporsi yang seimbang sehingga akan lebih menggambarkan keadaan nyata yang terjadi di lapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. BUKU

Cooper, Donald. R, and Pamela S. S, (2006), *Business Research Methods*, 9<sup>th</sup> Edition, McGraw-hill/Irwin Companies, New York.

Gilarso, T., (1998), *Ekonomi Indonesia Sebuah Pengantar*. Kanisius. Yogyakarta.

Tarigan, Robinson., (2005). *Perencanaan Pembangunan Wilayah*, Jakarta: Bumi Aksara.

### 2. JURNAL/SKRIPSI/ARTIKEL/DATA

Ayuningsasi, A.K dan Mirah.P.P., (2013), “Efektivitas dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan” , *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, vol. 2, no. 5, hal. 233-243.

Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Yogyakarta, Kota Yogyakarta dalam Angka Tahun 2013, Kota Yogyakarta.

BAPPEDA DIY. (2014). Pos Penerimaan PAD, 2009-2013, Yogyakarta : BAPPEDA.

Heriyanto, A.W., (2012), “Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang”, *Jurnal*, EDAJ 1 (2), hal. 1-7.

Kiik, M.V.M., (2006), “Kajian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tidak Optimalnya Fungsi Pasar Tradisional Lolowa dan Pasar Tradisional Fatubeno Kecamatan Kota

Atambua – Kabupaten Belu”, *Thesis*, Program Pasca Sarjana Magister Pembangunan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro Semarang. (tidak dipublikasikan).

Sinaga, S., 2004. “Dampak Sosial Kebijakan Pemda DKI Jakarta Tentang Relokasi Pedagang Kaki Lima di Lokasi Binaan Studi Kasus di Lokasi Binaan Paal Merah Jakarta Pusat”. *Tesis*. Jakarta: Universitas Indonesia. (tidak dipublikasikan).

Sukei, S., (2008), “Analisis Aspek Ekonomi Rencana Pengembangan Pasar Induk Kabupaten Bondowoso”, *Jurnal*, Fakultas Ekonomi Universitas Dr. Soetomo Surabaya, vol. 11, no.1, Desember, hal. 74-89.

Zunaidi, M., (2013), “ Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Pasca Relokasi dan Pembangunan Pasar Moder”, *Jurnal Sosiologi Islam*, vol. 3, no.1, hal 51-64.

